

NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

ZKZ 66685



WOLFGANG KUBICKI

FDP-VIZE-BUNDES-VORSITZENDER:
„DER SOLI MUSS
ENDLICH
ABGESCHAFFT
WERDEN!“



Rolf Sorg:
PM-International AG:
2015 Umsatzsteigerung um
30,6 Prozent auf 307 Mio. Euro



Michael Strachowitz:
Nur wer Verkaufsgespräche führt und seine Produkte zeigt, gewinnt neue Kunden.



Bülent Emekci:
„Meine Aufgabe ist es, unsere Vertriebspartner ins Geldverdienen zu bringen!“



Dr. Johannes Fiala:
Sicherer Verlust der Rente:
Von wegen die Rente ist sicher, sie kann komplett verloren gehen!



NETWORK-KARRIERE VERBINDET



FRAUEN UND KARRIERE – DER MYTHOS EMANZE

Haben Sie Kinder? Sind Sie eine Frau? Wenn Sie das bejahen können, fällt es Ihnen bestimmt noch leichter sich die folgende Geschichte vorzustellen: Sie kommen von einem Kundentermin, einer Geschäftspräsentation nach Hause. Es ist bereits spät und Ihre kleine fünf Jahre alte Tochter liegt bereits im Bett. Sie setzen sich auf die Bettkante, als Ihre Tochter Sie fragt: „Was wäre, wenn ich dir erzählen würde, dass mich weniger Leute mögen, wenn du im Job immer erfolgreicher bist. Aber wenn Papa befördert wird, mögen mich noch mehr Leute. Warum ist das so?“ Vermutlich würden Sie sich wünschen, Ihr Kind würde etwas sagen, wie „Das ist unfair, Mama“. Allerdings sagt es: „Liebe Mama, ich möchte lieber weniger Erfolg in der Arbeit haben, aber dafür werden mich mehr Menschen mögen.“

Die Gleichberechtigung ist leider noch nicht überall angekommen. Eine traurige Geschichte, nicht wahr? Vielleicht haben Sie bereits ähnliche Erfahrungen gesammelt. Denn damit hätten Sie prominente Gesellschaft, wie die von Sheryl Sandberg, der Geschäftsführerin von Facebook. Sie hat diese Haltung in unserer Gesellschaft erst vor Kurzem beklagt. Sie sagt, dass wir im 21. Jahrhundert immer noch Erfolg und Beliebtheit mit Frauen negativ und mit Männern positiv verknüpft werden. Ich teile die Enttäuschung von Frau Sandberg und die über die Aussage des Mädchens. Ich möchte ebenso gerne mehr Frauen sehen, die sich voll reinhängen. Weiterhin glaube ich auch, dass es nach wie vor Barrieren gibt, die sich Frauen in den Weg stellen. Seien es Blockaden von außerhalb, seien es Blockaden, von denen sie annehmen, dass diese existieren.

Studien widerlegen die landläufige Meinung

In meiner Arbeit beschäftige ich mich sehr stark mit dem Thema Führung. So bin ich auf die Studienergebnisse von den Führungs-Experten von ZengerFolkman gestoßen. Diese halten einen Abfall der Beliebtheit bei steigendem Erfolg für eine mentale Barriere. Sicherlich gibt es Frauen, die sich im Zuge ihrer Karriere unbeliebt machen. Aber im Großen und Ganzen ist tatsächlich das Gegenteil unserer Annahmen der Fall – Männer machen sich deutlich unbeliebter, sobald sie die Karriereleiter erklimmen. Die Beliebtheit einer Frau bleibt im Regelfall über die gesamte Zeit annähernd gleich.

Wie kamen sie zu dieser Aussage? Sie haben über drei Jahre verteilt 9.500 männlichen und 5.000 weiblichen Führungskräften Fragen wie



„Sind Sie in Bezug auf persönliche Themen und Sorgen der Mitarbeiter in Ihrer Gruppe auf dem Laufenden?“ und „Wie gut können Sie die Balance zwischen dem Einfordern von Ergebnissen und der Rücksichtnahme auf die Belange Ihrer Mitarbeiter halten?“ gestellt und so einen Beliebtheits-Index erstellt. Sie haben dann in einem zweiten Schritt die Hierarchiestufe der Führungskraft in ihrem Unternehmen mit ihrer Beliebtheit unter ihren Vorgesetzten, gleichrangigen Kollegen und ihr unterstellten Mitarbeitern verglichen.

Die folgende Grafik veranschaulicht die Resultate deutlich:

Sowohl Männer als auch Frauen verlieren an Beliebtheit, sobald sie von einer ersten Führungsposition in das mittlere Management aufsteigen. Männer verlieren dabei stärker als

rungskräfte-Effizienz mit Beliebtheit gegenüberstellt wird, gelangt man zu der Erkenntnis: Je mehr Ihre Mitarbeiter Sie und Ihre Handlungen für effektiv halten, desto beliebter werden Sie sein. Egal welchem Geschlecht Sie angehören. In Verbindung mit weiteren Studien von ZengerFolkman, die belegen, dass die wahrgenommene Effizienz Ihrer Mitarbeiter in Verbindung mit für Sie erfolgskritischen Kennzahlen wie Profitabilität und damit Umsatz, Kundenzufriedenheit, Mitarbeiterengagement, und Produktivität steht.

Der Vertrieb als Paradebeispiel

In einem früheren Artikel habe ich bereits geschrieben, dass Frauen bessere Führungskräfte abgeben und im Vertrieb deutlich häufiger Führungspositionen bekleiden als Männer. Somit sind wir hier bereits an

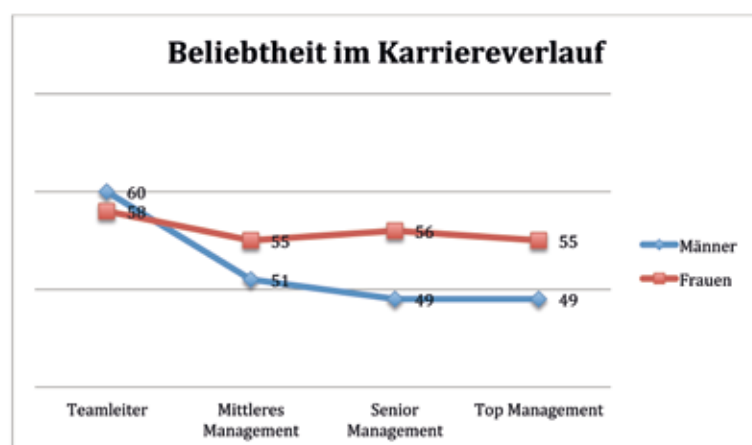
beliebter sind Sie deshalb noch lange nicht. Das gilt auch außerhalb unserer Branche! Allerdings gibt es in jeder Organisation neben beliebten Führungskräften auch kratzbürstige, launische und arrogante Führungskräfte. Die Unterschiede zwischen den Geschlechtern sind dabei allerdings recht gering. So sind unter den unbeliebtesten Führungskräften drei Prozent mehr Männer als Frauen und unter den beliebtesten drei Prozent mehr Frauen als Männer.

Lassen Sie Taten statt Worte sprechen

Dadurch komme ich zu der Überzeugung, dass es nicht wichtig ist, welchem Geschlecht Sie angehören.

Das Einzige, was wirklich bedeutend ist, ist dass sich Leute effektive Führungskräfte wünschen, die herausragende Resultate erbringen.

Mein Fazit gefällig? Beliebtheit und Erfolg passen auch bei Frauen sehr wohl und sehr gut zusammen. Und so sollten Eltern ihren Töchtern ohne zu zweifeln und ohne zu zögern klar und deutlich sagen: „Strebe nach Führungsaufgaben, Macht und Einfluss und sobald du befördert wirst, liegt es ganz und gar an dir, ob du dich so benimmst, dass die anderen dich noch mögen – oder auch nicht!“



Frauen. Danach können Frauen etwas an Boden gewinnen, während Männer immer weiter verlieren und sich die Lücke immer weiter aufspaltet.

Effektivität ist das Zünglein an der Waage

Was fällt weiterhin auf? Wenn Füh-

einen Punkt gelangt, an dem wir hier im Direktvertrieb vorausgehen. Sind wir damit bisher nicht super gefahren? Ich plädiere, appelliere und fordere deshalb von Ihnen als Frau und Führungskraft eine Sache: Seien Sie selbstbewusst und gehen Sie weiter Ihren Weg. Denn je besser und erfolgreicher Sie auch werden – un-



VITA

Thomas Reichart

Vertriebsprofi, Consultant, Redner, Autor, Impulsgeber

Ihn leitet eine Passion: Wachstum durch Direktvertrieb. Thomas Reichart ist Vertriebsprofi, Consultant, Redner, Autor und Impulsgeber für Macher im direkten Vertrieb. Mit über 24 Jahren Berufserfahrung im Vertrieb, in der Beratung und im Top-Management verfügt er über einen bemerkenswerten und einzigartigen Hintergrund im Direktvertrieb sowohl im Vertriebsaufbau als auch im Top-Management im nationalen wie internationalen Kontext. Executives, die einen Umsatz von bis zu 45 Milliarden Euro verantworten, lassen sich von Thomas Reichart coachen.

www.thomas-reichart.de